

СОГЛАСОВАНО
на заседании методической комиссии
ГБПОУ «ТКСиТ»
Протокол 1 от 31 августа 2018г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.А. Кузнецова
01 сентября 2018г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг
МДК.01.01.Технология продаж и продвижения турпродукта
МДК 01.02. Технология и организация турагентской деятельности

43.02.10 Туризм

2018 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.10 Туризм.

Организация-разработчик: ГБПОУ «ТКСыТ»

Разработчик:

Громова Людмила Васильевна, преподаватель специальных дисциплин

© ГБПОУ «ТКСыТ»

© Громова Людмила Васильевна, преподаватель специальных дисциплин

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	25

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Предоставление турагентских услуг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): выполнение работ по предоставлению турагентских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
2. Информировать потребителя о туристских продуктах.
3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы и др.).
6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
7. Оформлять документы строгой отчетности.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области туризма и гостиничного обслуживания при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности;

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
 - выбирать оптимальный туристский продукт;
 - осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);
 - составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
 - взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
 - осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
 - принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;
 - обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
 - разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
 - представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
 - оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
 - оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
 - составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
 - приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
 - принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
 - предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
 - консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
 - доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;
- знать:**
- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;

- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- технологии использования базы данных;
- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;
- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего — **528 часов**, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося — **420 часов**, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося — **280 часов**;

самостоятельной работы обучающегося — **140 часа**;

учебной практики — **72 часа**

производственной практики — **36 часов**.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Предоставление турагентских услуг», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах.
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности.
ОК1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3.1. Тематический план профессионального модуля «Предоставление турагентских услуг»

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося			Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена расщепленная практика</i>
			Всего, часов	в т.ч., лабораторные работы и практические занятия, часов		в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
				4	5					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 1.1 – 1.2	МДК.01.01. Технология продаж и продвижения туристского продукта МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности	210	140	38+22	*	70	*	36	*	
		210	140	48+28		70		36	*	
ПК 1.1 - 1.7	Производственная практика (по профилю специальности),	108							36	
	Всего:	528	280	136	*	140	*	72	36	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
ПМ.01 Предоставление турагентских услуг			
Раздел 1. МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турагентского продукта		140	
Тема 1.1. Туристский продукт как продукт туристской индустрии	Содержание 1. Введение в турагентский бизнес. Предмет, задачи и структура курса «Технология продаж и продвижения турагентского продукта». Значение предмета для формирования общей культуры и навыков работы в туризме. Сущность турагентской и турагентской деятельности. 2. Туристский продукт. Основные понятия и определения. Туристский продукт как комплекс туристских услуг. Туристские услуги как составляющие турагентского продукта. Особенности формирования рынка туристских услуг. Фазы жизненного цикла туристского продукта. Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж. 3. Структурная модель туристского продукта. Уровни туристского продукта. Туристский продукт по замыслу, продукт в реальном исполнении, продукт с подкреплением. Элементы продукта в расширенном толковании.	6 2	*
	Практические занятия 1. № 1. Исследование основных терминов и понятий технологии продаж и продвижения в сфере туризма. 2. № 2. Изучение рекреационных возможностей одного из регионов Российской Федерации для создания туристского продукта.	2 4	*
Тема 1.2.	Содержание	2 6	

Маркетинг в туризме	1.	Сущность и особенности маркетинга в туризме. Основы маркетинга. Специфика и комплексный характер туристского маркетинга. Приёмы маркетинговых исследований в туризме. Этапы проведения маркетинга. Источники информации. Методы сбора информации.	2	*
	2.	Особенности и отличительные характеристики туристского продукта. Социально-этическая концепция маркетинга и ее применение в туристской индустрии. Определение, характеристики, особенности, предпосылки для появления, применение в туристской индустрии.	2	**
	3.	Маркетинг взаимоотношений с потребителями в области туристского бизнеса. Клиентоориентированный подход в туристской индустрии. Определение, характеристики, особенности, предпосылки для появления, применение в туристской индустрии.	2	
	Практические занятия		4	
Тема 1.3. Мотивация туризма и путешествий	1.	№ 3. Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	2	
	2.	№ 4. Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проведение маркетинга существующих предложений от туроператоров.	2	
	Содержание		6	
	1.	Мотивационные аспекты в туризме. Систематизация туристских мотиваций. Этапы принятия решения о покупке туристского продукта. Основные факторы туристской мотивации. Барьеры к путешествию.	4	
Тема 1.4. Основные формы продаж продуктов туристской индустрии	2.	Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Понятие и сущность покупательского поведения. Покупательское поведение современного потребителя туристских услуг. Факторы, определяющие поведение покупателей.	2	
	Практические занятия		2	
	1.	№ 5. Составление таблицы психологических типов клиентов, рекомендации по эффективному взаимодействию с ними.	2	
	Содержание		4	
	1.	Каналы распределения туристского продукта. Основные каналы распределения турпродукта. Оптовые и розничные посредники при сбыте турпродукта. Электронная коммерция в туризме.	2	

Тема 1.5. Технологии персональной продажи в туристской индустрии	2. Методы и формы реализации туристского продукта. Понятие, классификация. Прямой маркетинг. Самостоятельная работа.	2	
	Практические занятия	2	
	1. № 6. Конспектирование темы: «Взаимоотношения между субъектами туристской деятельности в РФ».	2	
	Содержание	8	**
	1. Понятие и этапы персональной продажи. Основные направления подготовки продавца. Управление контактом с клиентом. Технологии управления контактом.	4	
	2. Особенности личной продажи туристического продукта. Структура личной продажи. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиента.	4	**
	Практические занятия	2	
	1. № 7. Составить перечень личных и профессиональных качеств менеджера по продажам туристского продукта.	2	
	Содержание	6	**
	1. Подготовка презентации туристского продукта. Цели презентации. Виды и структура презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации.	4	
Тема 1.6. Презентация туристского продукта	2. Проведение презентации туристского продукта. Вовлечение клиента в процесс презентации туристических услуг. Правила и рекомендации проведения презентации туристского продукта. Самостоятельная работа.	2	***
	Практические занятия	4	
	1. №8. Создание собственного туристского продукта.	2	
	2. № 9. Презентация собственного туристского продукта.	2	
	Содержание	4	**
	1. Управление возражениями клиента. Преодоление возражений клиента. Общие положения. Диагностика ложных возражений.	2	
	2. Общие правила работы с возражениями клиентов. Сопротивления как источники возражений. Общий алгоритм обработки возражений. Способы и методы обработки возражений.	2	**
	Практические занятия	2	
	1. № 10. Работа с различными типами клиентов: общение с агрессивными и сложными клиентами; тактика поведения с сомневающимися клиентами; особенности общения и	2	

		продажи туристских услуг в зависимости от психологических типов клиентов. Ролевая игра.		
Тема 1.7. Организация процедуры продажи туристского продукта	Содержание		6	
	1.	Информационный подготовительный этап. Подготовка курортного направления. Подготовка экскурсионного направления.	2	
	2.	Организационный подготовительный этап. Выбор туроператора. Визовый и безвизовый режим въезда граждан.	2	
	3.	Продажа туристского продукта. Выездные и внутренние туристские продукты. Этапы продажи туристского продукта.	2	
	Практические работы		2	
Тема 1.8. Послепродажное обслуживание	1.	№ 11. Написать рекламный буклет «Пять причин, чтобы посетить...» (один из регионов Российской Федерации)	2	
	Содержание		8	**
	1.	Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Понятие, виды, функции, особенности применения этих инструментов в туристской индустрии.	4	
	2.	Работа с жалобами и претензиями. Анализ позитивного и негативного опыта послепродажного обслуживания туристами. Самостоятельная работа.	4	**
	Практические занятия		4	
Тема 1.9. Телефонная коммуникация в туризме	1.	№ 12. Работа с жалобами покупателей, анализ отзывов туристов по транспортному обслуживанию, размещению, экскурсионному обслуживанию.	2	
	2.	№ 13. Анализ претензий и жалоб клиентов турфирм. Поиск путей их решения.	2	
	Содержание		8	**
	1.	Телефонная коммуникация в туризме. Общие положения.	4	
	2.	Речь как инструмент воздействия на клиента. Рекомендации по ведению телефонных переговоров. Самостоятельная работа.	4	***
Тема 1.10. Комплекс продвижения в	Практические занятия		2	
	1.	№ 14. Проведение телефонных переговоров с потенциальными клиентами, с соблюдением описанных рекомендаций.	2	
	Содержание		6	**
	1.	Продвижение туристского продукта: понятие и сущность. Понятие продвижения туристского продукта. Система продвижения туристского продукта. Цели и функции	2	

туризме	продвижения. Продвижение туристского продукта турагентом.		
	2. Продвижение туристского продукта турфирмами. Роль туроператора в продвижении турпродукта. Роль турагента в продвижении турпродукта. Государство – главный рекламодатель своих турресурсов. Самостоятельная работа.	4	***
Практические занятия			
	1. № 15. Место деятелей туристского рынка в продвижении турпродукта.	2	
Тема 1.11. Технология рекламной деятельности в комплексе продвижения	Содержание		
	1. Реклама: сущность, история, основные понятия, задачи и роль. Общие черты рекламы, как средства продвижения. Классификация, рекламных средств и видов рекламного продукта по основным признакам.	8	**
	2. Социально-психологические основы рекламы. Факторы, влияющие на процесс поведения человека в рекламной среде; процесс воздействия и восприятия рекламы. Основные критерии выбора средств рекламы. Эффективность рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности. Особенности рекламы в туризме. Использование рекламы туристским предприятием для продвижения туристского продукта. Самостоятельная работа.	4	**
	Практические занятия		
Тема 1.12. Туристские выставки и ярмарки	1. № 16. Анализ Ф3 «О рекламе». Выделение основных требований к осуществлению рекламной деятельности туристским предприятием.	2	
	Содержание		
	1. Выставки и ярмарки. Понятие, классификация. Виды туристских выставок.	8	**
	2. Организация участия туристской фирмы в работе выставки. Этапы процесса участия турпредприятия в работе выставки. Работа персонала туристской фирмы во время выставки. Самостоятельная работа.	4	
Тема 1.13. Стимулирование сбыта и формирование общественного мнения	Практические занятия		
	1. № 17. Представление студенческого турагентства на дне открытых дверей колледжа.	2	
	Содержание		
	1. Стимулирование сбыта: понятие и сущность. Отдельные средства стимулирования в туризме. Ознакомительные поездки (РАМ-туры).	8	**
	2. Связи с общественностью (Public Relations) в продвижении туристского продукта.	4	

	Туристская пропаганда. Мероприятия PR в туризме. Самостоятельная работа.		
	Практические задания		2
	1. № 18. Проанализировать PR мероприятия в туристической области Тверского региона, а также формы взаимоотношений туристического предприятия с внутренней и внешней общественностью.		2
Тема 1.14. Информационные и инновационные технологии в продвижении туристского продукта	Содержание		8
	1. Место и роль информационных технологий в продвижении туристского продукта. Интернет как эффективное средство продвижения туристского продукта. Электронная реклама. Электронный маркетинг. Сайт туристской компании.		4
	2. Внедрение инновационных технологий в систему продвижения туристского продукта. Понятие инноваций. Классификация, виды и формы инновационных технологий. Достоинства и недостатки применения инновационных инструментов продвижения в туризме. Самостоятельная работа.		4
	Практические задания		2
	1. № 19. Проанализировать сайты турфирм Тверской области, найти их достоинства и недостатки и предложить способы их улучшения с точки зрения функции продвижения предлагаемых ими услуг.		2
	Дифференцированный зачет		2
	Внеаудиторная самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 01.		70
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		
	1. Турпродукт как комплекс туристских услуг. Туристские услуги как составляющие турпродукта.		
	2. Услуги размещения и питания в туризме. Организация питания. Классификация гостиниц.		
	3. Система развлечений-составляющая турпродукта.		
	4. Авиаперевозки-составляющая турпродукта. Виды пассажирских авиаперевозок в соответствии с организацией перевозок (регулярные и чартерные рейсы).		
	5. Железнодорожные пассажирские перевозки в формировании туристского продукта. Европейские железные дороги.		
	6. Специфика формирования, продвижения и реализации автобусных туров. Документы, регламентирующие организацию автобусных туров. Классификация автобусных туров по организационным признакам.		
	7. Использование новых информационных технологий при разработке туристского рекламного продукта.		
	8. Составление турпродукта (объект на выбор).		
	9. Необходимость и цели рекламы в индустрии туризма.		
	10. Планирование рекламной деятельности предприятий индустрии туризма.		

	11. Работа предприятий индустрии туризма с рекламными агентствами. 12. Организация и планирование мероприятий PublicRelations в индустрии туризма. 13. Основные типы личных продаж в туристической индустрии. 14. Вербальные и невербальные коммуникации и их использование в туристической индустрии. 15. Подготовка и проведение презентации услуг туристического предприятия. 16. Типы возражений клиентов и способы их преодоления при проведении личной продажи туристических услуг. 17. Использование наружной рекламы предприятиями туристической. 18. Печатная реклама в туристической индустрии. 19. Использование аудиовизуальной рекламы туристической индустрии. 20. Компьютерная реклама в туристической индустрии. 21. Мониторинг основных показателей по клиентам. 22. Анализ структуры клиентской базы. 23. Анализ основных показателей эффективности продаж. 24. Управление конкурентоспособностью туристского предприятия и пути ее повышения. 25. Информационные технологии в туризме. 26. Комплекс маркетинговых исследований как элемент маркетинговой информационной системы при разработке новых продуктов. 27. Внедрение инновационных технологий в систему продвижения турпродукта. 28. Реклама как элемент создания имиджа туристской фирмы. 29. Формирование покупательской лояльности к продуктам туристской фирмы. 30. Управление товарными линиями и торговыми марками в туристском бизнесе. 31. Жизненный цикл товара и маркетинговые стратегии туристской фирмы. 32. Анкетирование в маркетинговых исследованиях туристской фирмы. 33. Разработка плана маркетинга для туристского предприятия. 34. Реклама туристических услуг в Интернет. 35. Планирование рекламной кампании как основа рекламной деятельности туристской фирмы. 37. Конкуре «Бренд года». 38. Формирование системы фирменного стиля на туристском предприятии. 39. Маркетинг в управлении качеством туристской продукции. 40. «Паблик рилейшнз» как эффективное средство маркетинговых коммуникаций туристского предприятия. 41. Коммуникационная политика туристского предприятия в условиях рыночных отношений. 43. Разработка конкурентных стратегий туристского предприятия. 44. Организация службы маркетинга на туристском предприятии.	
--	---	--

45. Выставочно-ярмарочная деятельность как элемент комплекса продвижения туристского предприятия. 46. Роль рекламы в повышении эффективности коммуникативной политики туристского предприятия. 47. Место и роль новых (пионерных) продуктов в номенклатуре туристского предприятия на современном этапе НТР. 48. Исследование внешней среды туристского предприятия как основа для принятия управленческих решений. 49. Роль информационных технологий в рекламной кампании туристского предприятия. 50. Создание уникального торгового предложения туристского предприятия. 51. Международное и национальное регулирование рекламной деятельности. 52. Креатив в рекламе услуг туристского предприятия. 53. Стимулирование сбыта как элемент системы продвижения товаров и услуг. 54. Product placement как один из способов формирования системы гармоничных коммуникаций туристского предприятия с ее целевыми аудиториями. 55. Маркетинг территорий и его роль в туризме 56. Современные информационные технологии в маркетинге туристского предприятия. 57. Основа и дополняющие составляющие комплекса туристических услуг и их особенности. 58. Специфика организации SWOT-анализа внутренней среды туристического предприятия. 59. Влияние различных факторов внешней среды на деятельность туристического предприятия. 60. Преимущества и недостатки различных методов изучения потребителей туристических услуг. 61. Особенности оформления выставочного стенда туристского предприятия 62. Микросреда маркетинга и ее роль в развитии туристического предприятия. 63. Составляющие внешней среды туристического предприятия, их факторы. 64. Объективная оценка степени удовлетворенности потребителей туристических услуг. 65. Стратегия предприятия при смене жизненного цикла товара 66. Роль информационных технологий в формировании туристических услуг. 67. Интернет-продвижение туристского продукта. 68. Принципы сегментации потребителей туристических услуг. 69. Оценка конкурентоспособности туристического предприятия. 70. Преимущества и недостатки различных ценовых стратегий в туризме.		
Раздел 2. МДК.01.02. Технология и организация туристской деятельности.		140
Тема 2.1.	Содержание 1. Цели, задачи, предмет изучения дисциплины. Связь учебной дисциплины с другими	8
		2

Организационно-правовые основы туристской деятельности		дисциплинами. Место знаний по учебной дисциплине в процессе освоения профессиональной программы по специальности.		1
	2.	Формы осуществления туристской деятельности. Туроператорская, турагентская, а также иная деятельность по организации путешествий. Этапы создания туристского предприятия.	2	
	3.	Нормативная база организации турагентских продаж. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" ФЗ "О защите прав потребителей". Требования к организации турагентской деятельности.	2	
	4.	Правила оказания услуг по реализации туристского продукта. Определения, требования, порядок заключения договоров о реализации турпродукта. Самостоятельная работа.	2	1
	Практические занятия		4	
Тема 2.2. Роль турагента на туристском рынке	1.	№ 1. Исследование основных основных терминов и понятий технологии и организации турагентской деятельности в нормативно-правовых документах.	2	
	2.	№ 2. Дискуссия на тему: «Недостатки документа Правил оказания услуг по реализации туристского продукта».	2	
	Содержание		16	
	1.	Туристические агентства. Виды, функции, особенности функционирования на рынке. Специфика турпродукта.	2	2
	2.	Поставщики услуг в туристском бизнесе. Определения, функции, характеристика видов. Правовое регулирование деятельности. Взаимодействие структурных компонентов туристского рынка.	2	2
	3.	Участие турагента в организации рекламы и продвижении турпродукта. Турагентская реклама. Нерекламные методы продвижения турпродукта.	4	
	4.	Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи туристской путёвки. Особенности личной продажи туристского продукта. Особенности продажи по телефону.	4	
	5.	Особенности работы с клиентами разных психологических типов. Урегулирование конфликтных ситуаций. Формирование лояльности клиентов турфирмы.	4	
	Самостоятельная работа.			
	Практические занятия		6	
	1.	№ 3. Изучение на сайтах ведущих ТО раздела «Турагентам».	4	

Тема 2.3. Организация взаимодействия турфирмы- агента и турфирмы оператора	2.	№ 4. Создание информационных листов, брошюр, каталогов о содержании и качестве пакета услуг, ценах.	2	
	Содержание			14
	1.	Выбор туроператором туроператора. Формирование портфеля предложений, характеристики туроператора. Рейтинги туроператоров.	4	2
	2.	Самостоятельная работа.	4	2
	Практические занятия			6
	1.	№ 5. Изучение и анализ агентских договоров на сайтах ТО.	2	
	2.	№ 6. Ведущие туроператоры России. Изучение рейтинга туроператоров России.	2	
	3.	№ 7. Анализ условий агентских соглашений известных ТО.	2	
	Содержание			10
	1.	Офис туристического агентства. Охрана труда в офисе помещений. Мебель и оборудование офиса турагентства. Офис продаж. Средства пожарной безопасности.	2	2
Тема 2.4. Организация офиса турфирмы-агента и квалификационные требования к персоналу	2.	Техническое оборудование турагентства. Телефоны, мпн-АТС, факс, персональный компьютер и программное обеспечение, копиямально-множительная техника, контрольно-кассовые аппараты, иная малая офисная техника.	2	2
	3.	Квалификационные требования к персоналу турагентства. Должностные обязанности работников туристической индустрии. Навыки и знания, необходимые для выполнения должностных обязанностей. Профессиональные стандарты к работникам туристической индустрии.	2	2
	Стандарты обслуживания. Правила поведения персонала турфирмы, правила поведения в конфликтных ситуациях, внешний вид персонала.			2
	Практические занятия			4
	1.	№ 8. Анализ квалификационных требований (профессиональных стандартов) к основным должностям работников туристической индустрии.	2	
	2.	№ 9. Изучение и анализ должностных обязанностей работников туристической индустрии.	2	
	Содержание			10
	1.	Обеспечение туриста информацией о туристическом продукте. Информационный листок, печатная реклама, видеоматериалы, карты и схемы, существенные условия договора о реализации туристического продукта.	4	2
	2.	Использование туристической информации турагентами. Профессиональные	6	2
Тема 2.5. Информационное обеспечение продаж туристического продукта				

Тема 2.6. Документационное обеспечение продажи турпродукта	наблюдения, изучение профессиональной литературы, популярные туристические издания, сайты. Самостоятельная работа.		
	Практические занятия		4
	1. № 10. Поиск и анализ популярных туристических сайтов, изданий.		2
	2. № 11. Поиск, анализ, систематизация и презентация студентом информации, о выбранной им дестинации.		2
	Содержание		8
	1. Договор о реализации турпродукта. Его разработка и соответствие действующему законодательству РФ. Существенные условия договора о реализации турпродукта.		4
	2. Туристская путевка. Форма, назначение, функции, содержание, методы заполнения.		2
	3. Формирование пакета документов для туриста. Документы, которые выдаются туристу для совершения путешествия. Ваучер, проездные документы, страховой полис, информационный листок. Их назначение и функции.		2
	Практические занятия		6
	1. № 12. Изучение и анализ договора между турагентством и потребителем. Оформление договора между турагентством и потребителем.		2
Тема 2.7. Информационные технологии в организации работы турагента	2. № 13. Заполнение документов, необходимых для отправления туриста в путешествие.		2
	Содержание		14
	1. Система информационных технологий, используемых в туризме. Компьютерные системы бронирования, системы проведения телеконференций, видеосистемы, компьютеры, информационные системы управления, электронные информационные системы авиалиний, электронная пересылка денег, телефонные сети.		4
	2. Использование информационных ресурсов Интернета. Интегрированные коммуникационные сети. Веб-сайт, характеристика туристических серверов. Системы бронирования и резервирования. Анализ современных компьютерных систем бронирования и резервирования.		6
	3. Использование электронных туристических каталогов. Электронный каталог: назначение, цели, функции. Мультимедийные технологии.		4
	Практические занятия		6
	1. № 14. Анализ глобальных компьютерных сетей.		2
	2. № 15. Работа с системами бронирования и резервирования.		2
	3. № 16. Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники.		2

Практические занятия		2
1. № 22. Прием денежных средств различными способами.		2
Дифференцированный зачет		2
Внеаудиторная самостоятельная работа при изучении раздела МДК 01.02. (при наличии, указываются задания)		70
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Проблемы деятельности российских туроператоров в современных экономических условиях. 2. Организация работы туристического агентства. 3. Турагентская деятельность и ее основные направления. 4. Особенности открытия турагентского предприятия. 5. Турагент как деятель экономического рынка. 6. Личностные особенности менеджера турагентства. 7. Крах турагентского бизнеса через 10 лет. Правда или ложь? 8. Особенности оформления интeрcьcра туристического агентства. 9. Документационное обеспечение путешествия. 10. Страны с визовым, безвизовым и упрощенным визовым режимом. Тематика самостоятельной (внеаудиторной) работы: Поиск информации по теме с последующим её представлением в виде реферата с презентацией: - Шенгенская виза. Подготовка сообщений с презентацией: - Формальности: паспортно-визовые, таможенные. - Валютный контроль и порядок обмена валюты.		
Учебная практика Виды работ определять и анализировать потребности заказчика; выбирать оптимальный туристский продукт; осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг; существующих предложений от туроператоров; взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения; осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники; принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организовываемых туроператорами;		72

обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах; представлять туристский индивидуальный и корпоративным потребителям; оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты; оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности; принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности; предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о пресловутых консультациях зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз; доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;	36 Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности) Виды работ выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта; проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта; взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники; оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; оказания визовой поддержки потребителя; оформления документации строгой отчетности
Всего	528

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля требует наличия учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся (25);
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия: демонстрационные плакаты, раздаточный материал;
- учебные фильмы по некоторым разделам дисциплины;

Технические средства обучения: компьютер, мультимедиа комплекс, и телекоммуникационные средства (Интернет-ресурсы).

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Виноградов Т.В. Технологии продаж турпродукта: учебник для студ. учреждений среднего проф. образования/ Т.В. Виноградова. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2015. – 240 с.
2. Любавина Н.Л. Технология и организация турагентской деятельности: учебник для студ. учреждений среднего профессионального образования/ Н.Л. Любавина, Л.А. Кроленко, Т.А. Нечаева. – М.: Издательский центр «Академия», 2015.– 256 с.
3. Ворошилова Т.В. Новые информационные технологии в туризме. – М., 2018. – 312 с.

Интернет – ресурсы:

- <http://www.garant.ru/> - Информационно-правовой портал «Гарант».
- <http://www.consultant.ru/> - Компания «Консультант Плюс».

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Основная профессиональная образовательная программа обеспечивается учебно-методическими комплексами (УМК): лекционным материалом, методическими указаниями по проведению практических и лабораторных занятий, методическими рекомендациями по выполнению самостоятельной работы.

Студенты имеют доступ к сети Интернет и библиотечному фонду. Консультации для студентов организуются через электронную почту и индивидуально согласно составленному графику консультаций.

При реализации профессионального модуля предусматривается учебная и производственная практика.

Учебная практика проводится параллельно изучению МДК 01.01 «Технология продаж и продвижения турпродукта» и МДК 01.02 «Технология и организация турагентской деятельности» на базе ТКСиТ.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего или среднего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля с обязательной стажировкой в турфирмах не реже 1-го раза в 3 года.

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1 Выявляет и анализирует запросы потребителя и возможности их реализации.	1. Определяет и анализирует потребности заказчика; 2. Профессионально пользуется основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности, на русском и иностранном языках; 3. Осуществляет поиск и использует информацию о состоянии и структуре рынка туристских услуг; 4. Выбирает оптимальный туристский продукт.	Экспертная оценка выполнения практического задания. Тестирование. Опрос.
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	1. Разрабатывает и формирует рекламные материалы, разрабатывает рекламные акции; 2. Представляет туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах; 3. Представляет турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;	Экспертная оценка выполнения практического задания. Тестирование.
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	1. Составляет и анализирует базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводит маркетинг существующих предложений от туроператоров;	Экспертная оценка выполнения практического задания. Защита реферативной работы.
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	1. Правильно оформляет документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; 2. Осуществляет бронирование с использованием современной офисной техники;	Экспертная оценка выполнения практического задания. Тестирование. Опрос.
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы и др.).	1. Умело составляет бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); 2. Обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;	Экспертная оценка выполнения практического задания. Тестирование. Опрос.
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	1. Представляет перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации; 2. Представляет перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; 3. Анализирует требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;	Экспертная оценка выполнения практического задания. Тестирование.

ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	1. Правильно оформляет деловую документацию; 2. Профессионально работает при изготовлении, использовании, учете и хранении бланков строгой отчетности.	Экспертная оценка выполнения практического задания.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	1. Демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; 2. Качественно выполняет профессиональную деятельность; 3. Применяет знания на практике.	-Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися в процессе освоения общих компетенций; -Экспертная оценка выполнения практических заданий;
ОК 2. Организует собственную деятельность, выбирает типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивает их эффективность и качество.	1. Понимает суть профессиональных задач; 2. Представляет конечный результат деятельности в полном объеме; 3. Планирует и организует предстоящую деятельность; 4. Проводит рефлексию (оценивает и анализирует процесс и результат).	-экспертная оценка практической работы; - обратная связь: анализ и обсуждение результатов деятельности, выявление сильных и слабых компетенций студента;
ОК 3. Принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях и несет за них ответственность.	1. Определяет проблему в профессионально ориентированных ситуациях; 2. Предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат.	оценка решения стандартных и нестандартных профессиональных задач;
ОК 4. Осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	1. Применяет найденную информацию для выполнения профессиональных задач.	- выполнение и защита реферативных работ; -экспертная оценка практического задания;

ОК 5. Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	1. Владеет элементарными компьютерными навыками.	-экспертная оценка защиты отчета по практической работе с использованием ПО;
ОК 6. Работает в коллективе и в команде, эффективно общается с коллегами, руководством, потребителями.	1. Координирует свои действия с другими участниками общения; 2. Контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение.	- интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе выполнения практических заданий; - взаимооценка;
ОК 7. Берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	1.Добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат; 2. Анализирует и корректирует результаты собственной работы.	- интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе выполнения практических заданий;
ОК 8. Самостоятельно определяет задачи профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение квалификации.	1.Организует самостоятельные занятия при обучении; 2.Демонстрирует стремление к самопознанию, самооценке, саморегуляции и саморазвитию; 3.Понимает роль повышения квалификации для саморазвития и самореализации в профессиональной и личной сфере.	- интерпретация результатов наблюдения за выполнением и защитой реферативных работ;
ОК 9. Готовится к смене технологий в профессиональной деятельности.	1. Применяет новые методы и технологии в профессиональной деятельности; 2. Регулярно отслеживает изменения методов и технологий продвижения турпродукта. 3. Видит изменения в типах инструментов и методах продвижения и продажи турпродуктов.	-составление словаря терминов, используемых в турбизнесе; - тестирование.

Критерии оценивания дифференцированного зачета

Процент результативности(% правильных ответов)	Набранные баллы Max 40 баллов	Качественная оценка уровня подготовки балл (отметка)	Вербальный аналог
90...100	36...40	5	отлично
80...89	32...35	4	хорошо
70...79	28...31	3	удовлетворительно
менее 70	менее 28	2	Неудовлетворительно